

# Czy istnieje problem seksualizacji chłopców i mężczyzn?

Dagmara Dobosz, Katarzyna Front-Dziurkowska

*Katedra Pedagogiki Społecznej Wydziału Pedagogiki i Psychologii  
Uniwersytetu Śląskiego*

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na problem seksualizacji chłopców i mężczyzn. Większość dotychczasowych raportów oraz opracowań traktuje o tej problematyce w odniesieniu do kobiet i dziewczyn, m.in. ze względu na ograniczoną ilość danych opisujących to zjawisko z perspektywy drugiej płci. Artykuł ma charakter przekrojowy, przedstawiono w nim następujące zagadnienia: komercjalizację męskiego ciała, wyidealizowanie męskiej sylwetki i sposoby portretowania męskiej seksualności przez media, wzorce męskości w pornografii oraz konsekwencje tych zjawisk. W opracowaniu wykorzystano liczne dane ukazujące aktualny stan wiedzy na prezentowany temat.

## SŁOWA KLUCZOWE:

SEKSUALIZACJA, CHŁOPCY, MĘŻCZYŹNI, UPREDMIOTOWIENIE, SEKSUALNOŚĆ

## Wstęp

Wiele uwagi poświęca się wpływowi naszej kultury na dziewczyny, szczególnie w kontekście zjawiska seksualizacji. Znacznie mniej zainteresowania zarówno w dyskursie medialnym, jak i naukowym poświęca się w tym aspekcie chłopcom i mężczyznom. Tymczasem chłopcy nie żyją w próżni i podobnie jak dziewczyny nie unikają wpływów kulturowych wzorców, które zawierają przekaz na temat tego, jacy powinni być i jakie atrybuty powinni posiadać. Szczególnie ostatnie ćwierćwiecze charakteryzuje się niezwykle dużym skupieniem kultury i przemysłu

na męskim ciele. Jest ono coraz częściej uprzedmiotawiane i wykorzystywane komercyjnie, podobnie jak ciało kobiet. Ma to miejsce przede wszystkim w reklamie i telewizji (Birbeck, Drummond, 2006). Zdaniem wielu badaczy (McCabe, Ricciardelli, 2004; Pope, Philips, Olivardia, 2000; Prud'homme, 2015; Vandebosch, Eggermont, 2013) skupienie mediów na męskich wizerunkach odegrało główną rolę w powstaniu u wielu mężczyzn, a także chłopców i nastolatków, negatywnego obrazu siebie. Coraz więcej współczesnych mężczyzn doświadcza trudności związanych z wizerunkiem i tożsamością własnego ciała. Także wielu dojrzewających chłopców odczuwa zagubienie w problematyce własnej płci. Mają być mężczyźni i atrakcyjni, ale przy użyciu atrybutów zarezerwowanych dotychczas dla kobiet: kosmetyków, ubrań czy solarium. Młodzi mężczyźni często nie umieją odnaleźć się wśród modeli i wzorców narzucanych przez kulturę, co skutkuje pojawieniem się mężczyzny typu metroseksualnego lub powrotem do postawy macho (Melosik, 2006). Seksualizacja kultury powoduje, że młodzi mężczyźni mają często nierealne oczekiwania wobec własnej sylwetki i sprawności seksualnej, trudno im również znaleźć akceptowalną partnerkę spełniającą warunki atrakcyjności fizycznej zgodnej ze standardem lansowanym w mediach (Miśko, 2010). Z analizy dostępnych badań wynika, że zjawisko seksualizacji chłopców nie jest dokładnie takie samo jak dziewcząt i należy je rozpatrywać dwójako. Z jednej strony w kontekście przyjmowania postaw seksistowskich, z drugiej – pojawia się coraz więcej dowodów na to, że chłopcy, tak jak dziewczęta, mogą być zagrożeni samoseksualizacją i samouprzedmiotowaniem.

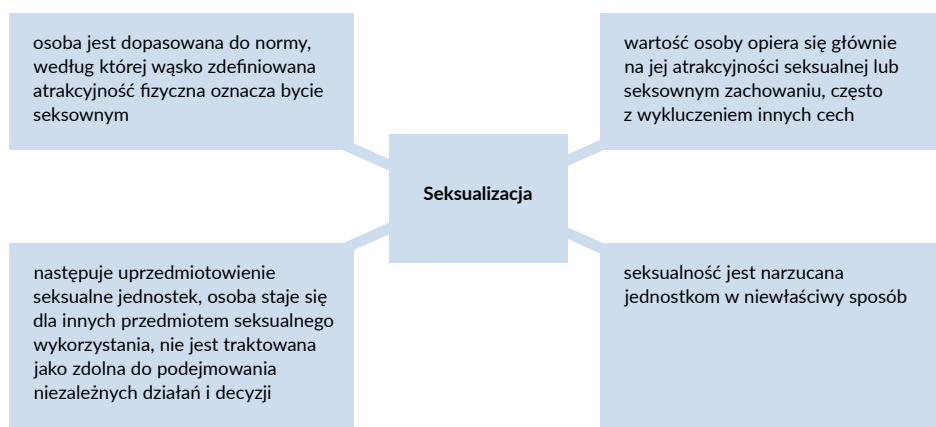
## Seksualizacja – wprowadzenie do problematyki

Zjawisko seksualizacji coraz częściej pojawia się w dyskursie publicznym. W piśmiennictwie można spotkać różne nurty jego analizy. Na ogół dotyczą one seksualizacji kultury, która odnosi się do zwiększonej widoczności materiałów o charakterze pornograficznym (obrazy, produkty) oraz rozmycia granic postrzegania i definiowania szeroko rozumianej pornografii (Phoenix, 2011). McNair uważa natomiast, że seksualizacja kultury widoczna w środkach masowego przekazu charakteryzuje się przede wszystkim kulturą obnażania, odarciem z prywatności, ekshibicjonizmem w sferze publicznej, demokratyzacją pożądania i pornografizacją kultury popularnej (Zielona-Jenek, Waszyńska, 2016).

Ogólnie rzecz ujmując, seksualizacją określa się charakterystyczne dla współczesnej produkcji i konsumpcji trendy, których wspólnym mianownikiem jest określanie wartości przedmiotów i osób na podstawie ich seksualnych atrybutów. Jest nią także

nadawanie obiektom seksualnego charakteru, zwłaszcza w odniesieniu do kobiet i mężczyzn. Podstawą seksualizacji jest instrumentalne podejście do osoby przez postrzeganie jej jako przedmiotu służącego seksualnemu wykorzystaniu, z pominięciem godności i cech osobowości danej osoby, której wartość mierzona jest głównie poziomem atrakcyjności seksualnej. Seksualizowanie obejmuje również przypisywanie cech i funkcji charakterystycznych dla seksualności dorosłych dzieciom i młodzieży, którzy są emocjonalnie, psychicznie i fizycznie do tego nieprzygotowani (APA, 2013).

### Rysunek 1. Podstawowe komponenty seksualizacji



Źródło: APA (2013, s. 12).

Definicja ta może być również stosowana w przypadku mężczyzn i chłopców.

## Seksualizacja męskiego ciała

Kultura popularna promuje sukces, a na szczycie listy atrybutów, które ułatwiają osiągnięcie sławy, znajduje się atrakcyjności fizyczna. Dla płci żeńskiej ideał to szczupła, biała blondynka. U mężczyzn zakres akceptowalnych typów ciała jest nieco szerszy, ale to nie znaczy, że są oni odporni na uprzedmiotowienie i seksualizację. Zdaniem badaczy zajmujących się problematyką seksualizacji mężczyzn ostatnie dwie dekady to okres intensywnego promowania przez media i marketing wyidealizowanej męskiej sylwetki, której charakterystycznymi cechami są muskulatura oraz szeroka klatka piersiowa (Prud'homme, 2015). Popularne czasopisma i telewizja zaczęły

ukazywać nierealistyczne ideały wyglądu, z pominięciem osobowości mężczyzn, oraz łączyć męskość z seksualnymi sukcesami (Vandenbosch, Eggermont, 2013). Pojawił się też sposób konstruowania męskości poprzez przedstawienie mężczyzn jako obiektów seksualnych, których wartość uzależniona jest od zainteresowania, jakie wzbudzą u płci przeciwnej (Prud'homme, 2015).

**Rysunek 2.** Wymiary seksualizacji męskiego ciała i ich możliwe konsekwencje

obraz idealnego, muskularnego męskiego ciała przedstawiany w mediach	niemożność dostosowania się do narzuconych kulturowo standardów piękna może prowadzić do odczuwania wstydu z powodu własnego ciała, niższego poczucia własnej wartości i ogólnie gorszego samopoczucia
kult młodości	idealizacja młodości jako jedyne go dobrego i pięknego etapu życia
„biały ideał”	marginalizacja obrazów przedstawiających mężczyzn o innym kolorze skóry

Źródło: opracowanie własne.

Koncentracja społeczeństwa na męskim wyglądzie jest proporcjonalna do liczby wizerunków przystojnych mężczyzn pojawiających się w mediach. Statystyki zaburzeń odżywiania i bigoreksji wskazują na gwałtowny wzrost tych problemów wśród mężczyzn w różnym wieku. Badania pokazują, że już dzieci poniżej 6 r.ż. mogą doświadczać niezadowolenia z własnego ciała. W przeglądzie dokonanym przez Tatangelo, McCabe, Mellor i Mealey (2016) ich odsetek wynosił 20–70%, w zależności od metody badania. Chłopcy w wieku przedszkolnym badani przez Collins (1991) jako idealną dla siebie wskazywali sylwetkę nieco szczuplejszą od posiadanej. Birbeck i Drummond (2006) przeprowadzali wywiady z 5- i 6-letnimi chłopcami w celu określenia sposobu, w jaki konstruują oni pojęcie ciała. Podobnie jak w badaniu Collins chłopcy wykazywali tendencję do chęci posiadania szczuplejszej sylwetki niż aktualna. Co ciekawe, zdaniem badanych dzieci osoba szczuplejsza wydaje się wyższa, a dla wielu chłopców bycie wysokim, dużym i silnym stanowiło ideał. Duży rozmiar ciała w ich narracjach był silnie związany z wydolnością fizyczną i niezależnością. Chłopcy w wieku szkolnym mają już dobrze przyswojone socjokulturowe standardy męskiej atrakcyjności.

Ich uwaga koncentruje się na mięśniach i sportowych umiejętnościach, a preferowany typ sylwetki zmierza w kierunku większego i cięższego ciała niż posiadane (Jung, Peterson, 2007). W okresie dojrzewania chłopcy jeszcze bardziej skupiają uwagę na kwestiach związanych z muskulaturą, kojarzoną z siłą, dominacją i szeroko rozumianą męskością (Bąk, 2008). Zdaniem McCabe i Ricciardelli (2004) w okresie dojrzewania chłopcy są równomiernie podzieleni na grupę pragnącą schudnąć oraz grupę, która chciałaby zwiększyć masę mięśniową ciała. Wyniki te sugerują, że wraz z wiekiem rośnie świadomość wymagań socjokulturowych związanych z wyglądem oraz presji na osiągnięcie męskości wyrażanej poprzez muskulaturę (Bąk, 2008).

## Być jak Hulk – idealna męska sylwetka a zadowolenie chłopców i mężczyzn z ciała

Zdaniem psychiatrów z Uniwersytetu Harvarda Pope'a, Philips i Olivardia (2000) współcześni chłopcy od najmłodszych lat stykają się z przerysowanym, muskularnym ideałem, spotykają go w zabawkach, komiksach, telewizji i filmach. Badacze przeanalizowali sylwetki figurek superbohaterów, w tym produkowanej od 1964 r. w USA popularnej zabawki przedstawiającej amerykańskiego żołnierza, G.I. Joe. W ciągu kilkunastu lat wygląd figurki ewoluował, systematycznie zwężano jej talię, a poszerzano klatkę piersiową i bicepsy. W latach 70. lalka zyskała na brzuchu tzw. sześciopak, a jej wygląd zaczął odbiegać od tego, co przeciętny człowiek może osiągnąć bez pomocy sterydów. W latach 90. muskulatura G.I. Joe była już ekstremalna – jego biceps osiągnął obwód równy jego tali. Podobne metamorfozy przeszły figurki Hana Solo, Luke'a Skywalkera, Batmana czy Supermana. W nowszym badaniu Boyd i Murnen (2017) przeanalizowano sposób przedstawiania zabawek w kontekście płci, jaką przedstawiają, smukłości lub muskularności ciała oraz przypisywanych atrybutów. W tym celu autorki oceniły 72 popularne lalki i 71 figurek męskich superbohaterów dostępnych w trzech dużych sklepach z zabawkami. Męskie figurki w 42,3% miały muskularną budowę ciała. Badaczki zauważyły, że ekspresja umięśnionych postaci męskich bohaterów w porównaniu z figurkami o bardziej przeciętnej budowie ciała częściej wyrażała gniew i siłę, np. przez zaciśnięte pięści i groźny wyraz twarzy, co sugerowało męską dominację opartą na sile. Zdaniem autorek lalki o tak skomponowanych wizerunkach przyczyniają się do umacniania tradycyjnych stereotypów płciowych.

Szczególony wpływ na postrzeganie siebie przez mężczyzn mają również media. Leit, Pope i Gray (2002) w badaniu eksperymentalnym dowiedli, że obrazy medialne – nawet w postaci krótkich prezentacji – mogą wpływać na postrzeganie przez

mężczyzn swoich ciał. W badaniu zadaniem jednej grupy studentów było oglądanie reklam, które przedstawiały wizerunki umięśnionych mężczyzn. Druga grupa, kontrolna, oglądała reklamy neutralne. Następnie uczestników obu grup poproszono o wypełnienie testu dotyczącego percepcji obrazu ciała. Studenci z grupy eksperymentalnej wykazywali istotnie większą rozbieżność między tym, jak postrzegają swoje ciało, a muskulaturą, jaką chcieliby mieć. Podobny wpływ w badaniach nastolatków zaobserwowali Hargreaves i Tiggemann (2004). Nastoletni chłopcy po obejrzeniu reklam przedstawiających atrakcyjnych, muskularnych modeli doświadczali spadku nastroju i większego niezadowolenia z ciała. Należy zaznaczyć, że w przypadku dzieci i nastolatków równie istotny wpływ jak media mają także postawy rodziny, zwłaszcza jej męskich członków (ojca, braci), i rówieśników płci męskiej, a także otrzymywane od nich komunikaty (Ricciardelli, McCabe, Banfield, 2000).

W 2014 r. przeprowadzono w USA badanie *Ideal to Real Body Image Survey*, którym objęto ponad 2000 dorosłych i 200 nastolatków. Uczni sprawdzali, jak badani czują się ze swoim ciałem w kontekście takich czynników jak m.in. płeć. Okazało się, że mężczyźni martwią się o swój wygląd bardziej niż o zdrowie, rodzinę, związek czy sukces zawodowy. Przynajmniej raz w tygodniu 53% z nich odczuwało niezadowolenie ze swojego wyglądu. Tylko finanse okazały się przysparzać mężczyznom więcej zmartwień. O tym, że powinni schudnąć, było przekonanych 63% badanych, 53% nie lubiło oglądać swoich zdjęć, a 41% martwiło się tym, jak ich wygląd oceniają inni. Niezadowoleni ze swojego wyglądu są także nastoletni chłopcy – regularnie martwi się nim 56% z nich (Mannino, 2014).

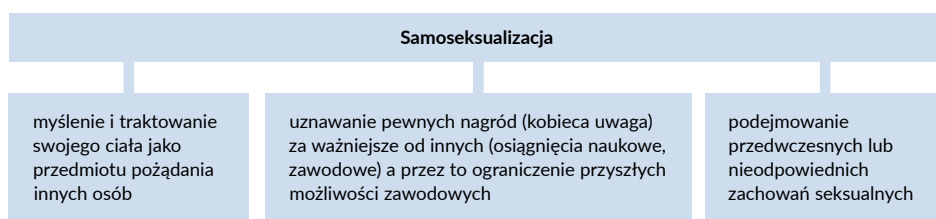
## Biceps – podstawowy komponent męskości i atrakcyjności seksualnej

Zdaniem Arbour i Martin Ginis (2006) na niezadowolenie z ciała wpływa nie tyle oglądanie mięśni samych w sobie, ile całego medialnego ideału, który wiąże muskulaturę z określonymi atrybutami, głównie niezależnością, dominacją i seksualnymi sukcesami. Trekels i Eggermont (2017) w badaniu prowadzonym z udziałem grupy respondentów we wczesnym okresie dojrzewania zauważyli, że ekspozycja na medialne wizerunki atrakcyjnych osób – szczególnie jeśli pokazywane są one w kontekście otrzymywania nagród społecznych (jak np. pochwały, zaufanie, szacunek, akceptacja) – zwiększa skłonność nastolatków do internalizacji tych ideałów, a także może zwiększać lęk przed negatywną oceną własnego wyglądu. Co istotne, młodzi mężczyźni wykazują także tendencję do przeceniania poziomu muskularności,

który – ich zdaniem – jest najatrakcyjniejszy dla kobiet, oraz roli muskularnej budowy ciała w nawiązywaniu relacji seksualnych (Frederick, Haselton, 2007).

Przecenianie znaczenia sylwetki w relacjach z płcią przeciwną wynika m.in. z dwóch zjawisk. Po pierwsze, wzrosło znaczenie męskiego ciała jako pewnego rodzaju dekoracji innych treści (głównie reklamowanych produktów) w mediach adresowanych do kobiet. Na przykład w latach 50. XX w. zdjęcia (częściowo) rozebranych mężczyzn stanowiły tylko 3% fotografii zamieszczanych w czasopismach, a w latach 90. odsetek ten wzrósł do 35%. Po drugie, wzorce idealnego męskiego ciała stały się coraz bardziej muskularne. Leit, Pope, i Gray (1999) przeanalizowali budowę ciała modeli prezentowanych w magazynie *Playgirl* w latach 1973–1997. Ich badania wykazały ewolucję ideału ciała męskiego w stronę muskulatury niedostępnej dla większości mężczyzn. Również w czasopismach dla mężczyzn (np. *Men's Health*, *Men's Fitness*) wizerunki męskich postaci prezentują większą muskulaturę niż męskie postacie w prasie przeznaczanej dla kobiet (np. *Cosmopolitan*; Frederick, Fessler, Haselton, 2005). Ponadto sylwetki inne niż muskularne są rzadko pokazywane w mediach i często stygmatyzowane. Fouts i Vaughan (2002) wykazali, że w popularnych programach komediowych emitowanych w najlepszym czasie antenowym mężczy bohaterowie z nadwagą są niedostatecznie reprezentowani w porównaniu z rzeczywistym odsetkiem osób z nadwagą w społeczeństwie. Otyli bohaterowie częściej niż szczupli wypowiadają także kwestie zawierające negatywne wzmianki dotyczące własnego ciała. Negatywne, czasami wręcz szydercze, komentarze dotyczące nadwagi wypowiedziane przez innych bohaterów analizowanych programów zawsze wiązały się z reakcją widowni, głównie śmiechem. Ponadto bohaterowie z nadwagą często są ukazywani jako mało atrakcyjni seksualnie i niezdolni do podbojów miłosnych. Zdaniem cytowanych autorów w takich przekazach następuje połączenie modelowania i wzmocnienia zastępczego (karą za brak szczupłej sylwetki jest wyśmianie przez widownię), co ma potężny wpływ na kształtowanie u odbiorców poglądów dotyczących atrakcyjności.

### Rysunek 3. Przejawy samoseksualizacji



Źródło: opracowanie własne.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że nadwaga i otyłość ze względu na narastające rozpowszechnienie są problemem, który obecnie dotyka wiele społeczeństw. W ciągu ostatnich 30 lat badacze zaobserwowali systematyczne obniżanie się wieku osób z nadmierną masą ciała (Przybylska, Kurowska, Przybylski, 2012). Tymczasem zseksualizowane przekazy medialne w mniejszym stopniu wskazują na problemy zdrowotne czy powikłania wynikające z nadwagi (np. cukrzycę, choroby układu krążenia, wyższe ryzyko zgonu), a bardziej koncentrują się na swoistym seksualnym wykluczeniu prezentowanym jako najistotniejszy skutek posiadania większego rozmiaru ciała.

Ostatnio badacze zwrócili także uwagę na wpływ gier komputerowych, które wcześniej pozostawały w dużej mierze niezauważane mimo ich rosnącej popularności, szczególnie wśród mężczyzn. Tymczasem istnieje coraz więcej dowodów na to, że mężczy bohaterowie gier, którzy prezentują nierealistyczne ideały ciała, negatywnie wpływają na obraz własnego ciała u graczy (Sylvia, 2013). Co istotne, Martins i in. (2011), którzy przeanalizowali sylwetki męskich bohaterów ze 150 najlepiej sprzedających się gier, zauważyli, że najbardziej przerysowane i nierealistyczne ciała mają postaci w grach przeznaczonych dla dzieci. Przeciętnie postaci te mają klatkę piersiową o 10 cm szerszą i biodra o 7,5 cm węższe niż typowa męska postać w grze dla dorosłych. To sugeruje potrzebę systematycznego monitorowania zawartości gier pod kątem prezentowanych wizerunków postaci oraz ich wpływu na obraz własnego ciała u graczy.

Zdaniem Pope'a, Philips i Olivardia (2000) wszystkie wymienione czynniki powodują masowy kryzys zdrowotny u mężczyzn w prawie każdym wieku, od 8-latków do emerytów. Badacze nazwali go kompleksem Adonisa, na cześć greckiego boga o idealnym ciele. Termin ten obejmuje problemy dotyczące obrazu ciała, polegające na przekonaniu o stale niewystarczającej atrakcyjności, sile czy rozmiarach mięśni. Kompleks ten wiąże się z takimi zachowaniami jak kompulsywne podnoszenie ciężarów i ćwiczenia, używanie sterydów, stosowanie diety, aż po zaburzenia odżywiania czy dysmorfofobię. Zaburzenie to jest szczególnie niebezpieczne dla dojrzewających chłopców i młodych mężczyzn, którzy pragnąc zmienić swój wygląd, rozpoczynają intensywne treningi i stosowanie diety w celu osiągnięcia imponującej masy mięśniowej. Szybko dowiadują się, że szybciej i łatwiej można uzyskać upragniony wygląd za pomocą odżywek, preparatów witaminowych, a w końcu sterydów. Negatywne konsekwencje kultu masy mięśniowej u takich mężczyzn pojawiają się zazwyczaj po kilku latach. W pogoni za byciem pięknym i silnym na wzór Schwarzeneggera, stają się oni ofiarami popkultury (Czuma, Orłowska, 2005).

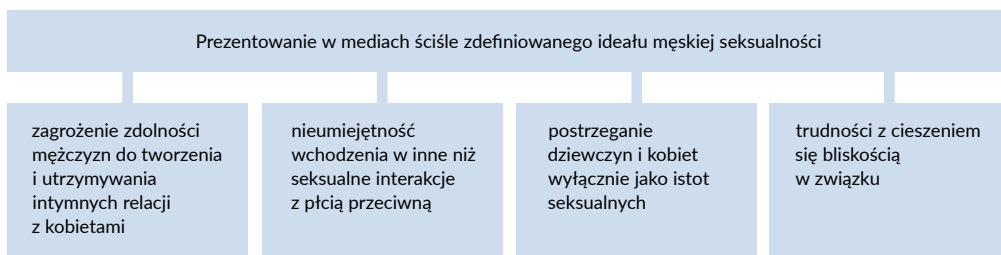


## Sposoby portretowania męskiej seksualności przez media

Przy braku skutecznej edukacji seksualnej realizowanej na poziomie domu czy szkoły główną rolę w kreowaniu seksualności, erotyki czy zachowań seksualnych dzieci i młodzieży odgrywają mass media, jako powszechne źródło informacji i edukacji (Imacka, Bulsa, 2012). Analiza amerykańskich mediów przeprowadzona przez Brown i Strasburgera (2007) pokazała, że w najlepszym czasie antenowym ponad 75% emitowanych programów zawierało treści seksualne, ale tylko niecałe 15% poruszało problematykę odpowiedzialnego i bezpiecznego seksu, abstynencji seksualnej, chorób przenoszonych drogą płciową czy zapobiegania ciąży. Autorzy oszacowali, że w niektórych programach mówienie o seksie lub zachowaniach seksualnych występowało 8–10 razy na godzinę. Najwięcej treści seksualnych zawierają komedie. W 15 z 20 popularnych programów adresowanych do nastolatków 45% zawierało rozmowę lub zachowanie seksualne. Sam stosunek seksualny był przedstawiany lub sugerowany w 10% programów. Tylko 10% z 20 programów dla młodzieży wspominało o zachowaniach, jakie wiążą się z odpowiedzialnym i bezpiecznym seksem, a zaledwie w przypadku 1% przekazów telewizyjnych głównym motywem były środki ostrożności i możliwe negatywne konsekwencje współżycia. W medialnych obrazach przedstawiających ludzką seksualność dominuje heteornormatywność, czyli tendencja kulturowa sprowadzająca seksualność wyłącznie do heteroseksualności, oraz podwójne standardy funkcjonowania seksualnego ze względu na płeć. Jeśli już pokazywane są konsekwencje uprawiania seksu, to najczęściej ponoszą je kobiety. Głównym przesłaniem adresowanym do mężczyzn jest obraz seksu utożsamianego z zawodami, w którym mężczyźni mają prawo komentować kobiecy wygląd i w którym męskość wyraża się głównie przez seksualność. Ponadto, zdaniem Kelly (2010), popularne programy dla nastolatków zawierają przekaz, że mężczyzna bez doświadczeń seksualnych lub nieuprawiający seksu jest mniej męski i mniej atrakcyjny. W niektórych programach motyw braku doświadczeń seksualnych lub seksualne obawy u mężczyzn są przedstawiane jako element komediowy. W wielu programach, zwłaszcza rozrywkowych i muzycznych, oprócz promowania muskulatury zawarty jest przekaz sugerujący, że akty seksualne są zarezerwowane wyłącznie dla przystojnych i dobrze zbudowanych mężczyzn (Vandenbosch, Vervloessem, Eggermont, 2013). Podobny obraz seksualności znajduje się w magazynach dla mężczyzn. Tylor (2005) przeanalizował treść artykułów poświęconych seksualności opublikowanych w czasopiśmie *Maxim*, *Stuff*, i *FHM: For Him Magazine*. Najczęściej poruszane kwestie dotyczyły preferencji seksualnych, nietypowych zachowań czy wskazówek, jak

poprawić życie seksualne. Teksty te obfitowały w porady, jak zachęcić kobiety do częstego uprawiania seksu lub nakłonić je do konkretnych zachowań seksualnych, np. pieszczot oralnych. Każdy artykuł z próby badawczej Tylora zawierał zdjęcie kobiety lub wielu kobiet ( $\frac{1}{3}$  tekstów) jako ilustrację, z czego prawie wszystkie modelki (98%) były przynajmniej częściowo rozebrane.

**Rysunek 4.** Konsekwencje prezentowania przez media wąskiego modelu męskiej seksualności i atrakcyjności



Źródło: opracowanie własne.

## Obraz kobiecości i męskości w pornografii

Swoisty obraz męskości można zaobserwować w pornografii. Tam męskie ciało jest jak gdyby niewidoczne, pozostaje z boku. Rzadko też można dostrzec męską przyjemność lub radość z seksu. Ciało mężczyzny jest uprzedmiotawiane przez traktowanie go jak maszyny – jeśli już pojawia się w kadrze, to uwaga odbiorców zostaje przesunięta na jego wielkość, sprawność i technikę ruchów. Jedynym znakiem męskiej przyjemności w pornografii pozostaje wytrysk, oczywiście w przerysowanej formie (Attwood, 2005). Mężczyzna prezentowany jest generalnie jako macho, supersprawny seksualnie, który kontroluje i dyktuje warunki aktywności seksualnej. On, jako „pan i władca”, daje kobiecie rozkosz i możliwość osiągnięcia upojenia seksualnego (Pacewicz-Biegańska, 2013). Natomiast kobiety prezentowane są jako istoty prowokujące aktywność seksualną (Kornas-Biela, 1999). To wręcz nimfomanki, które chcą seksu i cieszą się z niego (Bryant, 2009). Filmy pornograficzne ukazują także nierówność ról, prezentując mężczyzn/młodzieńców jako specjalistów, a kobiety/młode dziewczyny jako uczennice, służące czy sekretarki, które stoją niżej na drabinie hierarchii społecznej. Taki układ między kobietą a mężczyzną widoczny jest również w scenach seksualnych, kiedy to mężczyzna pozostaje częściowo ubrany, natomiast kobiety z reguły są nagie (Fagan, 2009).

Jak podkreślają Peter i Valkenburg (2008, za: Owens, Behun, Manning, Reid, 2012) wizerunek kobiety-przedmiotu seksualnego sprowadzony jest do ciała, jego wyglądu zewnętrznego i atrakcyjności. Kobieta przedstawiana jest jako zabawka seksualna spełniająca męskie pragnienia seksualne (Flood, 2009).

Badania przeprowadzone wśród nastolatków z Holandii potwierdziły związek między kontaktem z pornografią a postrzeganiem kobiet jako obiektów seksualnych (Owens i in., 2012). Ponadto zawarte w materiałach pornograficznych nierealistyczne wizerunki kobiet i mężczyzn – a zwłaszcza wzorzec rzekomego występowania erekcji na zawołanie czy nieustannej gotowości do zaspokojenia potrzeb seksualnych swoich partnerek – powodują, że część młodych mężczyzn odczuwa silny niepokój związany z ich zdolnościami seksualnymi (Owens i in., 2012). Następstwem tego lęku oraz uwarunkowania się na pornografię mogą być zaburzenia erekcji i niezdolność do jej osiągnięcia przy prawdziwej osobie, anorgazmia lub opóźniony wytrysk związany z koniecznością fantazjowania w trakcie współżycia (partnerka staje się za słabym bodźcem), zmniejszenie zainteresowania prawdziwymi kobietami czy dryf dewiacyjny (konieczność sięgania po coraz bardziej ekstremalne treści; Deem, 2017). Ponadto młodzi mężczyźni obcujący z materiałami pornograficznymi oczekują od młodych kobiet/dziewczyń, że będą się zachowywały i wyglądały jak kobiety w filmach pornograficznych. Mężczyzna/chłopak oczekuje od swej partnerki tego, co zobaczył w filmie, a konfrontacja z rzeczywistością bywa często rozczarowująca. Gdy nie dostaje tego, czego oczekiwał, porzuca i szuka dalej – bo kultura porno mówi, że każda kobieta jest praktycznie taka sama (Sierocki, 2015). Seksuolodzy podkreślają, że filmy pornograficzne odzierają seks z wszelkich emocji i uczuć – stosunek płciowy jest efektem pożądania i popędu, a nie wynikiem uczucia, bliskości i miłości (Pacewicz-Biegańska, 2013). Akt seksualny sprowadzony jest do zaspokojenia potrzeb fizjologicznych i rozładowania napięcia seksualnego. Lansowane wzorce wspierają wolność seksualną jako styl życia (Jensen, 2016). Peter i Valkenburg (2010, za: Owens i in., 2012) potwierdzają, że nastolatki, które są narażone na materiały pornograficzne, wykazują większą instrumentalność postaw wobec seksu. Również badania przeprowadzone przez Tsitsika i wsp. w 2009 r. wśród greckiej młodzieży wskazują, że nastolatki narażone na pornografię rozwijają nierealistyczne postawy wobec seksu i związków (za: Owens i in., 2012).

Pornografia wpływa też na odbiorców w kwestii nabywania postaw i przekonań wobec określonych zachowań seksualnych (Flood, 2009). Marston i Lewis (2014) wykazały jej istotny wpływ na postawy nastolatków wobec seksu, szczególnie w zakresie normalizacji przymusu, akceptacji tzw. przypadkowej penetracji (w seksie analnym), a także poglądu, że mężczyźni powinni przekonywać lub zmusić niechętnie do

określonych form ekspresji seksualnej partnerki. Wyniki te sugerują pilną potrzebę podejmowania działań mających na celu zmniejszenie szkód oraz rozpoczęcia dyskusji z młodymi ludźmi na temat wzajemności i zgody, aby zmniejszyć ryzykowne i bolesne techniki oraz podważyć pornomity, które normalizują seksualny przymus.

Nowym zjawiskiem pojawiającym się w Stanach Zjednoczonych jest uprzedmiotowienie chłopców i młodych mężczyzn w społecznościach homoseksualnych (Jensen, 2016). Badania Bailey i in. (1997) potwierdzają, że mężczyźni homoseksualni są skoncentrowani na stereotypowych cechach męskich. Preferują w wyglądzie partnerów muskularność, atletyczną budowę ciała i tułów w kształcie litery V. Posiadanie szczupłego i atrakcyjnego ciała uważane jest za jedyny sposób na przyciągnięcie partnera seksualnego (Sánchez, Greenberg, Ming Liu, Vilain, 2009). Tak więc męskość jest ogólnie pożądaną cechą. Wizerunek wysokich, dobrze zbudowanych, opalonych chłopców i młodych mężczyzn jest coraz częściej wykorzystywany w popularnych czasopismach i reklamach telewizyjnych, co potwierdza, że płęć męska staje się ofiarą mitu piękna. Męskie ciało zaczęto oceniać w kategoriach cielesnej atrakcyjności jako przedmiot fascynacji i pożądania, dostarczającego wizualnej przyjemności. Postępująca seksualizacja męskiego ciała zaczyna koncentrować się na jej wizualnej erotyczności, przywołując coraz powszechniejszymi obrazy męskich konkursów piękności czy erotycznych występów dobrze zbudowanych tancerzy (Melosik, 2006).

## Dzieci i pornografia – skala zjawiska oraz konsekwencje

Obecnie coraz młodsze dzieci mają dostęp do internetu. Potwierdzeniem tego stanu rzeczy jest *Diagnoza społeczna 2013*, która pokazuje, że komputery obsługuje (czynnie lub biernie, z pomocą starszych) już 10% trzy- i 37% czterolatków, a odsetek ten stopniowo rośnie wraz z wiekiem. Jednocześnie trzeba nadmienić, że zdarzają się przypadki dzieci czteroletnich (5%), pięcioletnich (10%) oraz ośmioletnich (40%), które korzystają z internetu bez nadzoru rodziców (Batorski, 2013). Również w badaniach przeprowadzonych przez Fundację Dzieci Niczyje (obecnie Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę) wykazano, że 64% dzieci (w wieku od 6 miesięcy do 6,5 roku) korzysta z urządzeń mobilnych, z tego 25% niemal codziennie. Do najczęstszych aktywności najmłodszego pokolenia należy oglądanie filmików/filmów (79%) i granie w gry (62%). Smartfony i tablety są najczęściej udostępniane dzieciom, kiedy ich rodzice muszą zająć się swoimi sprawami (69%) lub w formie nagrody (49%; Bąk, 2015). W badaniu przeprowadzonym przez GFK Polonia stwierdzono, że 78% przedszkolaków (dzieci

w wieku 3–6 lat) ma dostęp do internetu nawet kilka razy w tygodniu. Rodzice coraz częściej pozwalają swoim pociechom na korzystanie z internetu nie tylko na komputerach stacjonarnych czy laptopach, ale również na urządzeniach mobilnych. Zdecydowana większość rodziców jest obecna przy dziecku podczas jego kontaktu z internetem, jednak zdarzają się przypadki, kiedy rodzic wybiera jedynie stronę, z której dziecko powinno korzystać (46%), lub pozostawia dziecko samemu sobie (4%; GKF Polonia, 2014). Należy pamiętać, że treści, do których może dotrzeć dziecko, są różne: od takich, które uważamy za nieodpowiednie czy wstrętne, po niebezpieczne dla jego emocjonalnego rozwoju, takie jak pornografia, nienawiść czy przemoc (Aftab, 2003). Niechciana ekspozycja na materiały pornograficzne dostępne w internecie występuje nie tylko na komercyjnych stronach WWW przeznaczonych dla osób pełnoletnich. Osoby uzyskujące profity finansowe z pornografii starają się, by trafiła ona do jak najszerszego grona odbiorców. Nieograniczone zasoby, nachalna promocja oraz chęć zysku sprawiają, że dzieci, poszukując w sieci różnorodnych informacji, nieświadomie natrafiają na materiały pornograficzne (80% dzieci zobaczyło je w internecie wbrew swojej woli, a 41,8% dzieci posiadających konto pocztowe otrzymało link do stron o charakterze pornograficznym; Wojtasik, 2003). Również zagraniczne badania wskazują, że chłopcy w wieku 8–16 lat są wabieni na pornograficzne strony internetowe licznymi technikami, takimi jak *typosquatting* (rejestracja nazw domen przypominających często odwiedzane witryny, ale z popularnym błędem w nazwie – wystarczy popełnić literówkę, aby wejść na stronę porno zamiast na ulubiony serwis) czy *porn-napping* (rejestracja nazw domen, których pierwotna rejestracja się skończyła – przekierowują one nieświadomych internautów do witryn dla dorosłych). Dodatkowo należy wspomnieć, że 90% chłopców mających dostęp do internetu natrafiło na strony pornograficzne podczas odrabiania lekcji (Gupta, 2011). W opracowaniach naukowych wskazuje się, że dzieci poniżej 16 r.ż. często miały już kontakt z materiałami pornograficznymi (Bryant, 2009). Z badań zrealizowanych w 25 krajach UE wynika, że kontakt z materiałami o treści seksualnej miało co czwarte dziecko w wieku 9–16 lat, z czego 28% to chłopcy (EU Kids Online, 2014). Z raportu z badań przeprowadzonych przez Instytut Profilaktyki Zintegrowanej wynika, że w Polsce 61% chłopców poniżej 12 r.ż. ma już za sobą swój pierwszy kontakt z pornografią. Podstawowe źródło dostępu do pornografii stanowi internet (72%; Sierocki, 2015). Analizując powyższe dane, można dojść do wniosku, że młodzi ludzie są zalewani informacjami o treściach pornograficznych.

Seksualność człowieka kształtuje się w dzieciństwie pod wpływem obserwowanych zachowań i postaw, przekazywanych wzorców i odczuwanych doznań. Ekspozycja dziecka na materiały o charakterze seksualnym czy pornograficznym

może przyczynić się nie tylko do lawiny pytań, ale również do niepokojących zachowań, w których w centrum uwagi jest własne ciało, ludzka anatomia i fizjologia czy dziecięca masturbacja (Imacka, Balsa, 2012). Szkodliwy wpływ pornografii na psychikę i rozwój dziecka szczególnie akcentowany jest ze względu na brak odpowiednich zasobów poznawczych i emocjonalnych. Pierwszy kontakt z pornografią jest dla dziecka – szczególnie małego – dość trudnym i zarazem traumatycznym doświadczeniem. Małe dzieci ze względu na swój wiek nie znają i nie są w stanie zrozumieć relacji, jakie zachodzą między ludźmi w materiałach pornograficznych. Takie doświadczenia przerastają ich możliwości intelektualne, emocjonalne i adaptacyjne. U młodszych dzieci erotyka budzi często odruchy odrazy i wstrętu, a oglądanie aktów seksualnych połączonych z przemocą może wywołać dodatkowo strach czy przerażenie. Należy także pamiętać, że częsty kontakt małych dzieci z pornografią może prowadzić do trwałych zmian w mózgu poprzez zapisywanie i utrwalanie śladów biochemicznych przekształcających się w połączenia nerwowe, a z czasem zmieniające je w nawyk (identyfikacja danej sytuacji jako przyjemnej powoduje wydzielanie dopaminy i tym samym skłania do powtórzeniem konkretnego zachowania; Sierocki, 2015). Dodatkowo należy wspomnieć, że młody człowiek uczy się przez naśladownictwo, kopiuje obserwowane zachowania i – wprowadzając je w swoją codzienną aktywność, czyli zabawę – rozbudza swoją seksualność.

W przypadku starszych dzieci, wchodzących w okres dojrzewania i szczególnie chłopców, uważa się, że ich kontakt z materiałami pornograficznymi jest związany z ciekawością, zakazanym owocem czy próbą rozładowania napięcia seksualnego pojawiającego się w tym wieku. Innym argumentem przemawiającym za sięganiem dojrzewających chłopców po pornografię jest balansowanie między statusem niedziecko a niedorośli (trudne przeżycia, huśtawka nastroju), materiały pornograficzne są traktowane jako sposób ucieczki i poradzenia sobie z trudnym etapem życia (Bebrysz, 2013). Ale również u nastolatków wpływ pornografii jest niekorzystny – może wywołać negatywne emocje zarówno w postaci emocjonalnego szoku, jak i odległych, traumatycznych konsekwencji rzutujących na dalsze indywidualne i społeczne funkcjonowanie (Charkowska-Giedrys, 2013).

## Podsumowanie

Ciało w środkach masowego przekazu jest traktowane jako narzędzie kulturowej rewolucji, fizycznego i seksualnego wyzwolenia. W społeczeństwie nastawionym

na konsumpcję stanowi ono cel i wartość samą w sobie, co jest nieustannym źródłem niepokoju, zwłaszcza młodego pokolenia. Coraz częściej młode osoby, a nawet dzieci, postrzegają swoje ciała jako maszyny, o które trzeba dbać. W metaforycznym ujęciu należy je serwisować i naprawiać, przedłużając tym samym ich żywotność (Wójtewicz, 2008). Dzieje się tak na skutek bombardowania przekazami, „że każde otyłe ciało można odchudzić, stare odmłodzić, z każdej kobiety można i trzeba uczynić seksbombę, a z mężczyzny superkochanka” (Wójtewicz, 2008, s. 27–28).

Komercjalizacja męskiego ciała, jego wyidealizowanie oraz swoisty sposób prezentowania męskiej seksualności w mediach i pornografii stanowią rosnący, potencjalnie szkodliwy trend. Skutkuje on u mężczyzn i chłopców wzrostem niezadowolenia z ciała, powstawaniem lęku o własny wygląd, dążeniem do muskulatury, obawami o sprawność seksualną i problemami w relacjach z płcią przeciwną. Sytuacja chłopców i mężczyzn jest wyjątkowa i trudna, ponieważ muszą oni balansować między tradycyjnym a nowoczesnym wzorcem męskości. Mężczyzna ma być atrakcyjny fizycznie, ale z zachowaniem typowo męskich cech charakteru, jak pewność siebie czy racjonalność. Tabu pozostaje mówienie o uczuciach, ponieważ przekaz kulturowy przekonuje, że mężczyzna rozwiązuje swoje problemy sam. W efekcie, w sytuacji doświadczania lęku czy niezadowolenia płeć ta nie ma możliwości dzielenia się tymi uczuciami z innymi, trudniej im też sięgnąć po pomoc (Vandenbosch, Eggermont, 2013). Zdaniem Luxmoore’a (2014) ten sam przekaz kulturowy jest podłożem uprzedmiotawiania dziewczyn i kobiet przez chłopców i mężczyzn. Jeśli nie pokazuje się, że mężczyźni też odczuwają strach, potrzebują intymności i bliskości, w sytuacji pojawienia się takich potrzeb lub emocji blokują je, a uprzedmiotowienie i seksizm stają się strategią wchodzenia w relacje z płcią przeciwną. Mogą oni kontrolować kobiety w sposób, w jaki nie mogą kontrolować swoich uczuć czy lęków.

Innym zagadnieniem pozostaje położenie mężczyzn i chłopców wykraczających poza biały, heteroseksualny ideał, tj. o innej orientacji czy kolorze skóry. Ich sytuacja wydaje się być jeszcze bardziej skomplikowana. Kluczową kwestią jest więc rozpoczęcie szerszej dyskusji na temat wpływu zseksualizowanej kultury na mężczyzn w różnym wieku i nagłaśnianie konsekwencji przybliżania się do ideału, które mogą zbierać tragiczne żniwo.

E-maile autorek: [dagmara.dobosz@us.edu.pl](mailto:dagmara.dobosz@us.edu.pl), [katarzyna.front@us.edu.pl](mailto:katarzyna.front@us.edu.pl).



## Bibliografia

- Aftab, P. (2003). *Internet a dzieci. Uzależnienia i inne niebezpieczeństwa*. Warszawa: Wydawnictwo Prószyński i S-ka.
- APA (2013). Raport Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego na temat seksualizacji dziewcząt. Praca zbiorowa E. L. Zurbriggen, R. L. Collins, S. Lamb, T. Roberts, D. L. Tolman, L. M. Ward, J. Blake. W: *Odebrana niewinność. Raporty o seksualizacji kobiet i dziewcząt we współczesnej kulturze*. Warszawa: Stowarzyszenie Twoja Sprawa.
- Arbour, K. P., Martin Ginis, K. A. (2006). Effects of exposure to muscular and hyper-muscular media images on young men's muscularity dissatisfaction and body dissatisfaction. *Body Image*, 3(2), 153–61.
- Attwood, F. (2005). 'Tits and ass and porn and fighting': male heterosexuality in magazines for men. *International Journal of Cultural Studies*, 8(1), 83–100.
- Batorski, D. (2013). Polacy wobec technologii cyfrowych – uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania. Diagnostyka Społeczna 2013. Warunki i Jakość Życia Polaków – Raport. [Special issue]. *Contemporary Economics*, 7, 317–341. DOI: 10.5709/ce.1897-9254.114.
- Bąk, A. (2015). *Korzystanie z urządzeń mobilnych przez małe dzieci w Polsce*. Warszawa: Fundacja Dzieci Niczyje.
- Bąk, D. (2008) Zaburzenia odżywiania się u mężczyzn. *Psychiatria Polska*, 42(2), 167–178.
- Bebrysz, M. (2013). Rozwój chłopców w okresie dorastania a uzależnienie od pornografii. *Kwartalnik Naukowy Fides et Ratio*, 13(1), 39–45.
- Birbeck, D., Drummond, M. (2006). Understanding Boys' Bodies and Masculinity in Early Childhood. *International Journal of Men's Health*, 5(3), 238–250.
- Boyd, H., Murnen, S. K. (2017). Thin and sexy vs. muscular and dominant: Prevalence of gendered body ideals in popular dolls and action figures. *Body Image*, 21, 90–96.
- Brown, J. D., Strasburger, V. C. (2007). From Calvin Klein to Paris Hilton and MySpace: adolescents, sex, and the media. *Adolescent Medicine: State of the Art Reviews*, 18(3), 484–507.
- Bryant, C. (2009). Adolescence, pornography and harm. *Trends & issues in crime and criminal justice*, 368, 361–380.
- Charkowska-Giedrys, K. (2013). *Pornografia w percepcji młodzieży studenckiej*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak.



- Collins, M. E. (1991). Body figure perceptions and preferences among preadolescent children. *International Journal of Eating Disorders*, 10(2), 199–208.
- Czuma, K., Orłowska, D. (2005). Szczególny obraz zaburzonego poczucia własnego ciała u młodego mężczyzny. *Postępy Psychiatrii i Neurologii*, 14(supl. 1/20), 96–98.
- Deem, G. (2017). Twisting masculinity: harms of pornography to young boys and men. *Dignity: A Journal on Sexual Exploitation and Violence*, 2(3). Pobrane z: <http://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1075&context=dignity>.
- EU Kids Online (2014). Pobrane z: <https://lisedesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64>.
- Faga, P. F. (2009). The Effects of Pornography on Individuals, Marriage, Family, and Community. *Marriage and Religion Research Institute*. Pobrane z: [pdfs.semanticscholar.org](https://pdfs.semanticscholar.org/).
- Flood, M. (2009). The harms of pornography Exposure Among Children and Young People. *Child Abuse Review*, 18, 384–400.
- Fouts, G., Vaughan, K. (2002). Television Situation Comedies: Male Weight, Negative References, and Audience Reactions. *Sex roles*, 46(11–12), 439–442.
- Frederick, D. A., Fessler M. T., Haselton, M. G. (2005). Do representations of male muscularity differ in men's and women's magazines? *Body Image*, 2, 81–86.
- Frederick, D. A., Haselton, M. G. (2007) Why Is Muscularity Sexy? Tests of the Fitness Indicator Hypothesis. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 33, 1167–1183.
- Gupta, R. (2011). *Pornography in India*, W: M. Tankard Reist, A. Bray (red.), *Big Porn Inc: Exposing the Harms of the Global Pornography Industry* (s. 239–248). North Melbourne: Spinifex Press.
- Hargreaves, D. A., Tiggemann, M. (2004). Idealized media images and adolescent body image: 'comparing' boys and girls. *Body Image*, 1(4), 351–61.
- Imacka, J., Bulsa, M. (2012) Świadomość seksualna młodzieży w polskiej rzeczywistości. *Problemy Higieny i Epidemiologii*, 93(3), 453–456.
- Jensen, R. (2016). Pornographic Values: Hierarchy and Hubris. *Sexualization, Media, & Society*, 2(1), 1–5. DOI: 10.1177/2374623815627787.
- Jung, J., Peterson, M. (2007). Body Dissatisfaction and Patterns of Media Use Among Preadolescent Children. *Family and Consumer Science*, 36(1), 40–54.
- Kelly, M. (2010). Virginité Loss Narratives in "Teen Drama" Television Programs. *Journal The Journal of Sex Research*, 47, 479–489.
- Kornas-Biela, D. (1998). Wpływ pornografii na rozwój osobowościowy człowieka W: Dział Ekspertyz Biura Informacji i Dokumentacji Senackiej Kancelarii Senatu, *Pornografia – zagrożenie dla rodziny i społeczeństwa*. Pobrane z: <http://www.ipsir>.

- uw.edu.pl/UserFiles/File/Katedra\_Socjologii\_Norm/TEKSTY/Pornografia-zagrozeniaDlaRodzinyiSpoleczenstwa.pdf.
- Leit, R. A., Gray, J. J., Pope, H. G. Jr. (2002). The media's representation of the ideal male body: a cause for muscle dysmorphia. *International Journal of Eating Disorders*, 31(3), 334–338.
- Leit, R. A., Pope, H. G. Jr., Gray, J. J. (2001). Cultural Expectations of Muscularity in Men: The Evolution of Playgirl Centerfolds. *International Journal of Eating Disorders*, 29(1), 90–93.
- Mannino, B. (2014). TODAY/AOL 'Ideal to Real' body image survey results. Pobrane z: <https://www.aol.com/article/2014/02/24/loveyourselfie/20836450/>.
- Marston, C., Lewis, R. (2014). Anal heterosex among young people and implications for health promotion: a qualitative study in the UK. *BMJ Open*, 4(8). DOI: 10.1136/bmjopen-2014-004996.
- Martins, N., Williams, D. C., Ratan, R. A., Harrison, K. (2011). Virtual muscularity: A content analysis of male video game characters. *Body Image*, 8(1), 43–51.
- McCabe, M. P., Ricciardelli, L. A. (2004). Body image dissatisfaction among males across the lifespan. A review of past literature. *Journal of Psychosomatic Research*, 56, 675–685.
- Melosik, Z. (2006). *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*. Kraków: Impuls.
- Miśko, P. (2010). Seksualizacja kultury a ryzykowne zachowania seksualne. O potrzebie skutecznej profilaktyki. *Naukowe Zeszyty Studenckie*, 2. Pobrane z: <https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/bitstream/10593/749/1/Seksualizacja%20kultury%20a%20ryzykowne%20zachowania%20seksualne.%20O%20potrzebie%20skutecznej%20profilaktyki.pdf>.
- Luxmoore, N. (2014). *Why Boys Objectify Girls. How often do we ask small boys what they're feeling?* Pobrane z: <https://www.psychologytoday.com/blog/young-people-close/201409/why-boys-objectify-girls>.
- Owens, E. W., Behun, R. J., Manning, J. C., Reid, R. C., (2012). The Impact of Internet Pornography on Adolescents: A Review of the Research. *Sexual Addiction & Compulsivity*, 19(1–2), 99–122.
- Pacewicz-Biegańska, J. (2013). Przemiany seksualności nastolatków. *Przegląd Pedagogiczny*, 2, 108–118.
- Phoenix, A. (2011). *Review of recent literature for the Bailey Review of commercialisation and sexualisation of childhood*. Pobrane z: [www.cwrc.ac.uk/resources/documents/CWRC\\_commercialisationsexualisation\\_review\\_final\\_WP\\_No\\_2.pdf](http://www.cwrc.ac.uk/resources/documents/CWRC_commercialisationsexualisation_review_final_WP_No_2.pdf).
- Pope, H., Philips, K., Olivardia, R. (2000). *Adonis Complex. The Secret Crisis of Male Body Obsession*. New York: The Free Press.

- Prud'homme, J. (2015). *Popular Culture and the Male Body: A New Challenge*. Pobrane z: <http://www.thepublicdiscourse.com/2015/07/15310/>.
- Przybylska, D., Kurowska, M., Przybylski, P. (2012). Otyłość i nadwaga w populacji rozwojowej. *Hygeia Public Health*, 47(1), 28–35.
- Ricciardelli, L. A., McCabe, M. P., Banfield, S. (2000). Body image and body change methods in adolescent boys. Role of parents, friends and the media. *Journal of Psychosomatic Research*, 49(3), 189–197.
- Sánchez, F. J., Greenberg, S. T., Ming Liu, W., Vilain, E. (2009). Reported Effects of Masculine Ideals on Gay Men. *Psychology of Men & Masculinity*, 10(1), 73–87. DOI: 10.1037/a0013513.
- Sierocki, L. (2015). *Chrońmy dzieci przed pornobiznesem*. Warszawa: Stowarzyszenie Twoja Sprawa.
- Sylvia, Z. (2013). Virtual Ideals: The Effect of Video Game Play on Male Body Image. *Undergraduate Review*, 9, 163–168.
- Tatangelo, G., McCabe, M., Mellor, D., Mealey, A. (2016). A systematic review of body dissatisfaction and sociocultural messages related to the body among preschool children. *Body Image*, 18, 86–95.
- Trekels, J., Eggermont, S. (2017). Linking Magazine Exposure to Social Appearance Anxiety: The Role of Appearance Norms in Early Adolescence. *Journal of Research on Adolescence*. DOI: 10.1111/jora.12311.
- Tylor, L. (2005). All for Him: Articles About Sex in American Lad Magazines. *Sex Roles*, 52(3–4), 153–163.
- Wojtasik, Ł. (2003). Pedofilia i pornografia w Internecie – zagrożenia dla dzieci. *Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, 2(4), 98–114. Pobrane z: [http://fdds.pl/wp-content/uploads/2016/05/Wojtasik\\_Pedofilia\\_i\\_pornografia\\_w\\_Internecie.pdf](http://fdds.pl/wp-content/uploads/2016/05/Wojtasik_Pedofilia_i_pornografia_w_Internecie.pdf).
- Wójtewicz, A. (2008). Przedmiot manipulacji czy narzędzie kulturowej rewolty i fizycznego wyzwolenia – czyli o zawłaszczaniu ciał współczesnych nastolatków przez kulturę konsumpcyjną. *Kultura i Edukacja*, 3(67), 25–39.
- Vandenbosch, L., Eggermont, S. (2013). Sexualization of Adolescent Boys: Media Exposure and Boys' Internalization of Appearance Ideals, Self-Objectification, and Body Surveillance. *Men and Masculinities*, 16(3), 283–306.
- Vandenbosch, L., Vervloessem, D., Eggermont, S. (2013). "I might get your heart racing in my skin-tight jeans": Sexualization on music entertainment television. *Communication Studies*, 64(2), 178–194.
- Zielona-Jenek, M., Waszyńska, M. (2016). Zjawisko seksualizacji jako wyzwanie dla współczesnej edukacji. *Studia Edukacyjne*, 39, 351–376.

## Is there a problem of sexualization of boys and men?

*This article is intended to signal the sexualisation of boys and men. Most of the reports and studies to date deal cover this issue relating to women and girls, i.a. due to the limited amount of data describing this phenomenon from the perspective of the other sex. The presented text is cross-sectional, showing the following topics: commercialisation of the male body, idealised male silhouette and ways of portraying male sexuality through the media, masculinity patterns in pornography, and the consequences of the abovementioned phenomena. Numerous data have been used to illustrate the current state of knowledge on the subject.*

### KEYWORDS:

SEXUALIZATION, BOYS, MEN, OBJECTIFICATION, SEXUALITY

### Cytowanie:

Dobosz, D., Front-Dziurkowska, K. (2017). Czy istnieje problem seksualizacji chłopców i mężczyzn? *Dziecko Krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, 16(3).



Artykuł jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa–Użycie niekomercyjne–Bez utworów zależnych 3.0 Polska.